

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS**  
**FACULDADE DE AGRONOMIA ELISEU MACIEL**  
**Programa de Pós-Graduação em Ciência e Tecnologia de**  
**Sementes**



**Dissertação**

**FATORES LEVADOS EM CONSIDERAÇÃO PELO AGRICULTOR ATENDIDO PELO  
GRUPO SINAGRO NA ESCOLHA DA SEMENTE DE SOJA**

**Guilherme Flores Santana**

Pelotas, 2014

**Guilherme Flores Santana**

**FATORES LEVADOS EM CONSIDERAÇÃO PELO AGRICULTOR ATENDIDO PELO  
GRUPO SINAGRO NA ESCOLHA DA SEMENTE DE SOJA**

Dissertação apresentada à  
Universidade Federal de Pelotas, sob  
a orientação do Prof. Silmar Teichert  
Peske, Ph.D., como parte das  
exigências do Programa de Pós-  
Graduação em Ciência e Tecnologia  
de Sementes, para a obtenção do  
título de Mestre Profissional.

**Pelotas, 2014**

Dados de catalogação na fonte:

Marlene Cravo Castillo – CRB-10/744

V696f Santana, Guilherme Flores

Fatores levados em consideração pelo agricultor atendido pelo Grupo Sinagro na escolha de semente de soja / Guilherme Flores Santana. - Pelotas, 2014.

Dissertação (Mestrado Profissional) – Programa de Pós-Graduação em Ciência e Tecnologia de Sementes. Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel. Universidade Federal de Pelotas. - Pelotas, 2014, Silmar Teichert Peske, Orientador.

1. Soja; 2. Semente; 3. Distribuição; 4. Perfil do agricultor. I. Peske, Silmar T. (orientador); II. Título.

CDD 633.34

**FATORES LEVADOS EM CONSIDERAÇÃO PELO AGRICULTOR  
ATENDIDO PELO GRUPO SINAGRO NA ESCOLHA DA SEMENTE DE  
SOJA**

**AUTOR:** GUILHERME FLORES SANTANA, Eng<sup>o</sup> Agr<sup>o</sup>

**ORIENTADOR:** Prof. SILMAR TEICHERT PESKE, Dr.

**BANCA EXAMINADORA**

Prof. SILMAR TEICHERT PESKE, Ph.D.  
Orientador

Prof. FRANCISCO AMARAL VILLELA, Dr.

Eng<sup>o</sup> Agr<sup>o</sup> GERI EDUARDO MENEGHELLO, Dr.

Eng<sup>o</sup> Agr<sup>o</sup> ELTON HAMMER, Dr.

A minha esposa, Nayane,  
pelo apoio, carinho e compreensão.

À Ednei Almeida,  
pela parceria e incentivo,

DEDICO.

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, pela oportunidade de viver e de estudar, e pela sua presença constante em nossa vida.

Ao Professor Silmar Teichert Peske, pela valiosa orientação, dedicação e amizade, durante a execução do trabalho.

Aos Professores do curso de Pós-Graduação em Ciência e Tecnologia de Sementes, pelos conhecimentos transmitidos.

Ao Grupo Sinagro, pela oportunidade da realização deste curso.

Aos meus pais, pelos ensinamentos e princípios repassados durante toda a minha vida.

A todos que direta ou indiretamente contribuíram de alguma forma para a realização deste trabalho, os mais sinceros agradecimentos.

## RESUMO

SANTANA, Guilherme Flores. **Fatores levados em consideração pelo agricultor atendido pelo grupo SINAGRO na escolha da semente de soja.** 2014, 34f. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Programa de Pós-Graduação em Ciência e Tecnologia de Sementes. Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, RS.

Esta pesquisa desenvolve um entendimento dos fatores que o agricultor leva em consideração para escolher o fornecedor de sementes de soja, e proporciona à empresa traçar estratégias para segmentar o mercado-alvo, com foco principal a superar a concorrência e as exigências dos clientes. O Grupo Sinagro tem comercializado sementes de soja para seus clientes, tendo como concorrentes empresas sementeiras e distribuidores na região em que atua. Desse modo, tem ocorrido interesse em conhecer a preferência em meio aos produtores de alguns fatores, que levam o agricultor a considerar na hora da escolha das sementes. Alguns fatores importantes como – qualidade das sementes, prazo de pagamento, tratamento industrial de sementes, além de outros fatores, e que se combinam no alcance da satisfação dos consumidores do segmento visado, neste caso, do sojicultor cliente da empresa Sinagro. Neste sentido procurou-se identificar os fatores de maior percepção por parte dos clientes no agronegócio de sementes de soja, valorizar o que considera na decisão de compra do produto, levantar detalhes técnicos e comportamentais de relevância e criar ações e estratégias de marketing à empresa Grupo Sinagro em face ao que foi proposto. O estudo permitiu caracterizar que: 1 - O agricultor considera um fator decisivo no momento de adquirir sua semente a sua qualidade, o prazo de pagamento, a assistência técnica oferecida e a possível fidelidade de oferta; 2 - A empresa Sinagro possui sua fortaleza na comercialização das sementes através da adoção de um sistema de prazo de pagamento, manutenção da fidelidade, respeito ao ambiente e do processo troca-troca; e 3 - A empresa Sinagro pode melhorar sua atuação junto ao agricultor com melhorias nos dias de campo, embalagem e na entrega da semente.

Palavras chaves: Perfil do agricultor; qualidade; semente de soja.

## ABSTRACT

SANTANA, Guilherme Flores. **Factors taken into consideration by the farmer of Sinagro group in relation to soybean seed.** 2014, 34f. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Programa de Pós-Graduação em Ciência e Tecnologia de Sementes. Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, RS.

This research develops an understanding of the factors that the farmer takes into consideration to choose the supplier of soybeans seeds , and provides the company to design strategies to segment the target market, with the main objective to outperform the competition and the customer demands. The Sinagro Group has commercialized soybean seeds for their clients, with the competing seed companies and distributors in the region where it operates. Therefore, there has been interest in knowing the preference among the farmers of some factors that lead them to consider when choosing seeds. Some important factors like - the seed quality, the payment deadline, industrial seed treatment, and other factors, in which combines in achieving consumer satisfaction targeted, in this case, the client company Sinagro soybean producer. In this sense, we tried to identify the factors of greatest perception by customers of soybean seeds, in relation to values which considers the decision to purchase the product, raise technical and behavioral details of relevance and creates marketing strategies of company Sinagro Group in relation to what was proposed. The study allowed us to characterize that: 1: The farmer considers a deciding factor when purchasing their seed its quality, the payment deadline, provided technical assistance and fidelity; 2 - The company Sinagro has its stronghold in the marketing of seed through the adoption of a payment system, respect for the environment and the bartering process; and 3 - The company Sinagro can improve its performance by improving farmer field days, packing and seed delivery .

Keywords: Farmer profile, quality, soybean seed



## LISTA DE TABELAS

	Página
Tabela 1. Tabela 1. Percentual de valor atribuído a um determinado parâmetro dos clientes da Sinagro .....	27
Tabela 2. Percentual de satisfação dos clientes em função dos serviços prestados pelo Grupo Sinagro.....	28

## LISTA DE FIGURAS

	Página
Figura 1. Mapa da área de atuação do Grupo Sinagro .....	22

## LISTA DE QUADROS

	Página
Quadro 1. Competências das Revendas de insumos agrícolas para comercialização de sementes .....	18

## SUMÁRIO

	Página
<b>COMISSÃO EXAMINADORA.....</b>	<b>2</b>
<b>DEDICATÓRIA .....</b>	<b>3</b>
<b>AGRADECIMENTOS .....</b>	<b>3</b>
<b>LISTA DETABELAS .....</b>	<b>5</b>
<b>LISTA DE FIGURA .....</b>	<b>6</b>
<b>LISTA DE QUADRO .....</b>	<b>7</b>
<b>RESUMO.....</b>	<b>8</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>9</b>
<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>2. REVISÃO DE LITERATURA .....</b>	<b>13</b>
2.1. A SOJA.....	
2.2. QUALIDADE DE SEMENTE .....	
2.3. O AVANÇO DA BIOTECNOLOGIA FRENTE O MERCADO DE SEMENTES DE SOJA .....	
2.4. DISTRIBUIDORES DE INSUMOS .....	
<b>3. MATERIAL E MÉTODOS .....</b>	<b>20</b>
3.1. DESCRIÇÃO HISTÓRICA DO GRUPO SINAGRO.....	20
3.2. O ESTUDO.....	22
3.3. QUESTIONÁRIO .....	23
<b>4. RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>	<b>27</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>32</b>
<b>6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>33</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O Brasil com uma produção de mais de 89 milhões de toneladas de grãos de soja, consolida-se como um dos maiores produtores mundiais, juntamente com os Estados Unidos e com a Argentina. O Mato Grosso é o principal estado produtor de soja, responsável por cerca de 28% da produção nacional.

O negócio de sementes, no período de 2007 a 2012, cresceu na mesma intensidade que o negócio de grãos, demonstrando a confiança das empresas com programas de melhoramento vegetal e os produtores de sementes e os agricultores para esta tão importante matéria-prima.

O negócio de sementes no país é predominantemente privado, graças à plataforma legal que contempla a lei de proteção de cultivares, lei de patentes (para materiais geneticamente modificados), à produção e o comércio de sementes e a lei de biossegurança.

Atualmente, menos de 15% das cultivares de soja utilizadas pelos agricultores são oriundas de programas públicos; em milho, esse percentual é inferior a 5%; em trigo situa-se ao redor de 30%; em arroz irrigado alcança 40%; e no algodão menos de 10%. Assim, parte da criação e desenvolvimento de cultivares é pública; entretanto, a produção e comércio das sementes para os agricultores é realizada pela iniciativa privada.

A indústria produtora de sementes acompanha o desenvolvimento tecnológico no campo da produção. Desta forma, o aspecto tecnológico não é mais o diferencial competitivo único para a sobrevivência da empresa de sementes no mercado. Destaca-se a necessidade da empresa progredir e se antecipar na área de gestão empresarial, com foco no mercado e nas estruturas organizacionais que compreendem modernos conceitos de marketing.

Nota-se que as possibilidades de uma empresa manter-se atuante no mercado dependem incisivamente desta percepção. Somando-se as necessidades de modernos conceitos organizacionais e de marketing, tem-se a popularização da informação que traz como consequência à insurgência de consumidores cada vez mais informados e

exigentes. Também essa tendência de mercado tem influenciado a maneira de pensar e organizar o agronegócio. É fundamental que se repense todos os processos do segmento agrícola, com o objetivo de buscar a qualidade e a total satisfação dos mercados consumidores.

A competitividade mundial existente na atualidade, frente à internacionalização da economia, engloba também a competitividade no setor do agronegócio, desde as suas atividades primárias até os inter-relacionamentos que ocorrem posteriormente, como: segmentos de insumos, serviços e produtos agropecuários e derivados, produção e comercialização de sementes e finalmente, o mercado consumidor comprador de sementes (RIGATTO, 1999).

Identificar as necessidades e desejos dos consumidores também é uma tendência relevante para o bom desempenho neste mercado. Atender as necessidades dos clientes por meio de produtos adequados e satisfatórios traz como consequência à adição de maior valor aos clientes.

Neste sentido, o objetivo do presente trabalho foi determinar a conduta do agricultor em relação à semente e aos avanços tecnológicos num ambiente de distribuição de insumos.

## 2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

### 2.1. A SOJA

A safra brasileira de grãos 2013/14 deve alcançar 188,7 milhões de toneladas, o que corresponde a um aumento de 0,7% em comparação com a safra anterior, que foi de 187,4 milhões de t. A soja com 85,4 milhões de toneladas e o milho com 75,1 milhões de toneladas correspondem a 85% deste total ([www.conab.gov.br](http://www.conab.gov.br)). Com uma colheita recorde de grãos, o Produto Interno Bruto (**PIB**) do agronegócio brasileiro deverá crescer 4 por cento em 2014 na comparação com o ano anterior, para 1,03 trilhão de reais. Se confirmado esse resultado, o PIB do setor terá um crescimento de 34 por cento em dez anos, em 2005 foram 769,2 bilhões de reais. Com o crescimento da produção nas lavouras, sustentado especialmente pela produção de soja, também há a perspectiva de que o valor bruto da produção (VBP) agrícola seja o maior já obtido no país, registrando 314,8 bilhões de reais, aumento de 10 por cento sobre 2013 ([www.exame.abril.com.br](http://www.exame.abril.com.br)).

A cultura da soja ganha cada vez mais importância na agricultura mundial. Devido à grande diversidade do uso da cultura e ao aumento da demanda global por alimentos, a área destinada ao cultivo de soja vem aumentando anualmente. De acordo com o Departamento de Agricultura dos Estados Unidos – USDA - a área cultivada no mundo passou de 81,48 milhões de hectares na safra 2002/03 para 108,55 milhões na safra 2012/13, um crescimento de 33% na década ([www.agricultura.pr.gov.br](http://www.agricultura.pr.gov.br)).

No Brasil a soja tem importância tanto econômica como social, abrindo fronteiras e semeando cidades, soja liderou a implantação de uma nova civilização no Brasil Central, levando o progresso e o desenvolvimento para uma região despovoada e desvalorizada, fazendo brotar cidades no vazio dos Cerrados e transformando os pequenos conglomerados urbanos existentes, em metrópoles (EMBRAPA,2004).

O sucesso da lavoura de soja depende de diversos fatores mas sem dúvida o mais importante deles é a utilização de sementes de elevada qualidade, que gera plantas de alto vigor, que terão desempenho superior no campo. Sementes de alto vigor

propiciam a germinação e emergência de plântulas em campo de maneira rápida e uniforme, resultando na produção de plantas de alto desempenho, que tem um potencial produtivo mais elevado. Plantas de alto desempenho apresentam uma taxa de crescimento maior, possuem uma melhor estrutura de produção, com um sistema radicular mais profundo e produzem maior número de vagens e sementes, o que resulta em maiores produtividades, cujo potencial é ainda maior em situações de estresse, como por exemplo numa situação de seca, uma vez que o sistema radicular dessas plantas terá condições de supri-las com água e nutrientes, assegurando a produção (FRANÇA-NETO e KRZYZANOSKI, 2012).

## 2.2. QUALIDADE DE SEMENTE

A semente não é um grão que germina. Ela possui atributos de qualidade genética, física, fisiológica e sanitária que um grão não tem e que lhe confere a garantia de um desempenho agrônomo, que é a base fundamental do sucesso para uma lavoura tecnicamente bem instalada. O grão muitas vezes pode germinar, e apenas devido a esse fator o produtor é levado a tomar a decisão equivocada de uso, comprometendo o sucesso econômico do seu empreendimento comercial, uma vez que o grão não tem os atributos de qualidade da semente (Circular Técnica 55, Embrapa 2008).

Segundo Resende et al. (2003), a alta produtividade das culturas depende diretamente da qualidade das sementes utilizadas na semeadura. Segundo os mesmos autores, o desempenho dessas sementes está diretamente relacionado com o histórico de produção, processamento e as condições de ambiente do solo onde será estabelecida a cultura.

A produção de semente de soja de elevada qualidade é um desafio para o setor sementeiro, principalmente em regiões tropicais e subtropicais. Nessas regiões, a produção desse insumo só é possível, mediante a adoção de técnicas especiais. A não utilização dessas técnicas poderá resultar na produção de semente com qualidade inferior, que, caso semeada, resultará em severas reduções de produtividade (Circular técnica 40, Embrapa, 2007).



Na visão do produtor e do vendedor de sementes, ou seja comercialmente, podemos definir qualidade como um "grau ou padrão de excelência", então a qualidade de sementes pode ser vista como um padrão de excelência em certos atributos que vão determinar o desempenho da semente na semeadura ou armazenamento. Na prática, a expressão "qualidade de sementes" é utilizada livremente para refletir o valor da semente para seus propósitos específicos; o desempenho da semente deve estar à altura das expectativas do consumidor (HAMPTON, 2001).

### 2.3. O AVANÇO DA BIOTECNOLOGIA FRENTE O MERCADO DE SEMENTES DE SOJA

Na atualidade tem-se presenciado uma “corrida biotecnológica” entre os países industrializados. Os países do chamado “Terceiro Mundo”, ou os ditos países em desenvolvimento, na sua maioria, estão praticamente fora desta corrida (principalmente no que diz respeito ao domínio das tecnologias), mas com certeza não estão excluídos dos seus impactos. O que torna muito importante uma reflexão acerca das consequências desta corrida, principalmente na área agrícola, ou seja, para o “Brasil rural”. “As bases fundamentais da moderna biotecnologia agrícola fundamentam-se em duas técnicas diferentes que foram desenvolvidas e melhoradas pela ciência em décadas recente: o cultivo de tecidos e as técnicas de DNA recombinante” (HOBELINK, 1987). Estes métodos permitem acelerar o trabalho de produção, reduzindo o tempo da obtenção de variedades com novas características, e também permite que as barreiras naturais entre as espécies possam ser superadas, ou seja, permite isolar as características genéticas que se deseja, de uma célula, e incorporá-las a outra, melhorando dessa forma a planta (MARTINS, 2004).

Merece destaque o fato de que são exatamente as corporações transnacionais que já controlavam os mercados de agrotóxicos e fármacos, e que adquiriram o controle das sementes nas décadas passadas, as que hoje investem ativamente em biotecnologia. E, destaca-se também, as diferenças de custos e rentabilidade entre os produtos farmacêuticos, agrotóxicos e sementes. O desenvolvimento de novas sementes acaba sendo mais barato e mais rápido entre os três, ficando mais claro o

porquê das transnacionais terem se voltado para este setor e o seu interesse pela biotecnologia agrícola. Desta forma, "...a concentração do controle pelas grandes corporações está tornando-se rapidamente uma realidade na indústria das sementes comerciais. (...) 'é bastante certo que... apenas as mais fortes e ágeis companhias independentes de sementes ou àquelas que são subsidiárias de multinacionais que possuem seus novos departamentos de ciências agrícolas que contarão no futuro..." (GOODMAN et al., 2001).

O emprego da biotecnologia é crescente pela indústria de sementes e a adoção de novas tecnologias pelos agricultores brasileiros, especialmente a transgênica, cresce ano após anos. O ano de 2013 é um marco para agricultura brasileira, pois o país iniciou o cultivo comercial da segunda geração de soja transgênica, a soja Intacta RR2 PRO. O ministro da Agricultura, Antonio Andrade, conseguiu em reunião com o governo chinês, a liberação da produção no Brasil da soja Intacta RR2, para ser vendida na China. A nova cultivar é muito resistente a lagarta e reduzirá consideravelmente a necessidade de usar defensivos para combater a lagarta que ataca o cultivo. "Estava liberada no Brasil mas na China não. Como é transgênica, havia necessidade de obter a autorização chinesa para também termos a garantia de venda desta cultivar para a China. Agora, o ministro conseguiu a liberação para os sojicultores cultivarem nos diversos Estados brasileiros ([www.agronoticiasmt.com.br](http://www.agronoticiasmt.com.br)).

Esta nova tecnologia promete ser um marco para a sojicultura do Brasil, porque combina três benefícios em um único produto – apresenta excelente proteção às principais lagartas da cultura da soja: lagarta da soja (*Anticarsia gemmatalis*), lagarta falsa medideira (*Chrysodeixis includens* e *Rachiplusia nu*), lagarta das maçãs (*Heliothis virescens*) e broca das axilas ou broca dos ponteiros (*Crociosema aporema*), além de supressão às lagartas elasmó (*Elasmopalpus lignosellus*) e helicoverpa (*H. zea* e *H. armigera*), tolerância ao herbicida glifosato e potencial para incremento de produtividade ([www.intactarr2pro.com.br](http://www.intactarr2pro.com.br)). Esta tecnologia, de certa forma, irá contribuir para o aumento da taxa de utilização de sementes comerciais, pois se o cliente não pagar os royalties, será descontado 7,5 % da produção na moega, se for identificado como soja Intacta.

As novas sementes que chegam ao mercado vêm carregadas de atributos que envolveram grandes investimentos em pesquisas. As sementes de soja adquirem valor agregado cada vez maior em função do desenvolvimento de novas cultivares, da modificação e manipulação genética e da inserção de novos genes. Assim, a semente de soja deverá adquirir no médio prazo a mesma importância da semente de milho.

## 2.4. DISTRIBUIDORES DE INSUMOS

Nos anos 70 iniciava-se uma mudança no meio agrícola, uma conjunção do surgimento de novas moléculas, abertura de novas áreas de produção e a necessidade de estarem junto ao produtor, profissionais oriundos de cooperativas, de empresas fabricantes de insumos e mesmo extensionistas perceberam a oportunidade que se abria devido a necessidade de atendimento ao produtor que se desenvolvia e que cada vez mais desbravava novos horizontes.

Com o passar dos anos os distribuidores de insumos foram gradativamente assumindo a responsabilidade da assistência técnica aos produtores, passando a ter um papel fundamental no dia a dia dos produtores, orientando-os sobre a melhor maneira de cuidar de suas culturas.

Para consolidar o “negócio distribuidor” foi necessário investir, contratar, treinar profissionais, enfim, profissionalizar-se. A tecnologia ajudou muito nesse sentido. Sistematizar não só o cadastro dos clientes, mas principalmente, o processo de gestão financeira que garante aos gestores visão macro e estratégica.

O distribuidor de insumos, ou revenda, tem um papel cada vez mais importante no mercado de sementes, pois exerce a função que os bancos algum tempo atrás realizavam, o de financiar a safra. Nesse contexto, as empresas distribuidoras, juntamente com seus fornecedores multinacionais, participam ativamente desse mercado, desenvolvendo novas cultivares, posicionando tecnicamente cada cultivar, realizando o desenvolvimento de mercado através de dias de campo, palestras etc.

Outro papel importante do distribuidor é conscientizar os agricultores da importância da utilização de sementes certificada.

Levando-se em consideração também a tendência de que os canais de distribuição de insumos obtenham margens menores na comercialização de fertilizantes e agroquímicos e que as sementes plantas transgênicas ganham cada vez mais espaço na agricultura brasileira, elevando a importância das sementes no negócio dos canais de distribuição.

O quadro apresentado a seguir exhibe as competências necessárias para a comercialização de sementes, ações que as revendas deverão tomar e respectivas vantagens que poderão ser desenvolvidas a partir do atendimento às mesmas.

Quadro 1. Competências das Revendas de insumos agrícolas para comercialização de sementes (fonte: Agrodistribuidor)

Competências necessárias	Ações	Vantagens
Gerenciamento da cadeia de suprimentos	Aprimorar a capacidade de previsão de vendas de sementes e estruturar armazenamento adequado para venda, de maneira a atender à demanda dos agricultores e manter a disponibilidade de variedades correspondentes. Redobrar cuidados com estoque, já que sementes de safras anteriores perdem a qualidade com o tempo.	Capacidade de atendimento diferenciado e customizado às necessidades específicas de cada cliente.
Venda Técnica	Embasamento científico e prático para argumentação com os agricultores. Conhecimento para realizar recomendações conjugadas com outros insumos (agroquímicos e fertilizantes). Desenvolvimento de equipe comercial capacitada para comercialização de sementes com tecnologia específica para cada agricultor em função do nível tecnológico e das condições edafoclimáticas de cada propriedade.	Capacidade de atendimento diferenciado e customizado às necessidades específicas de cada cliente.

(continuação)			
Parcerias com fornecedores		<p>Selecionar fornecedores com material genético competitivo. Atualização permanente em relação aos materiais lançados para culturas e região a cada safra. Capacidade de monitoramento de uso piratas. Desenvolvimento conjunto do mercado para inclusão de novos materiais. Coleta de informações das necessidades dos agricultores para desenvolvimento de tecnologia. Ações de marketing para convencimento do agricultor para utilização de materiais diferenciados (campos experimentais, dias de campo, trading marketing, comunicação, outdoors, folders, eventos técnicos com produtores formadores de opinião).</p>	<p>Diferentemente dos defensivos e fertilizantes, as sementes apresentam características diversas. A revenda que oferecer um bom material genético terá um forte diferencial. Posicionamento diferenciado perante as empresas de tecnologia e entrega de insumo com garantia de origem aos agricultores.</p>

### 3. MATERIAL E MÉTODOS

#### 3.1. DESCRIÇÃO HISTÓRICA DO GRUPO SINAGRO

Para analisar as variáveis de maior percepção por parte dos clientes de sementes de soja do Grupo Sinagro, é importante conhecer a história e o presente dessa empresa.

O **Grupo Sinagro** iniciou suas atividades em fevereiro de 2001, na cidade de Primavera do Leste (MT), desenvolvendo uma forte aliança com fornecedores, colaboradores e clientes, buscando contribuir para o desenvolvimento do agrobusiness brasileiro e participando ativamente nas regiões onde atua.

Este intenso relacionamento trouxe resultados positivos, revelando um sucesso na distribuição de insumos agrícolas e na prestação de serviços de qualidade sem precedentes na história de Mato Grosso ([www.gruposinagro.com.br](http://www.gruposinagro.com.br)).

A área de atuação do Grupo Sinagro compreende 3 estados, com unidades de distribuição em 12 municípios, sendo eles: Mato Grosso (Primavera do Leste, Rondonópolis, Campo Verde, Alto Taquari, Nova Xavantina, Canarana, Gaúcha do Norte, Água Boa, Querência e Espigão do Leste) na Bahia (Vila do Rosário e Luís Eduardo Magalhães) e Chapadão do Sul, Mato Grosso do Sul. A empresa também possui seis armazéns para recebimento de grãos que forem negociados na forma de barter (troca por insumos), e também para a compra e venda de commodities.

O Grupo emprega 388 colaboradores, sendo 64 Engenheiros Agrônomos que buscam o manejo da lavoura de forma eficiente e segura, estando prontos para atender no momento de aplicação de produtos, levantamento de pragas e ações de prevenção.

Através de frequentes capacitações, estão permanentemente preparados para levar ao campo atualizações e novas tecnologias nos cultivos. Atua em parceria com empresas renomadas no segmento de agricultura de precisão, tratamento de sementes, prestação de serviços de assistência técnica a grandes propriedades e também no beneficiamento de algodão, soja e milho.

## **Barter Sinagro**

É um programa de troca de commodities por ofertas personalizadas aos clientes focalizados.

O surgimento de novas pragas, doenças e plantas daninhas tem tornado difícil a vida do agricultor para produzir bem e com qualidade. Pensando nisso, o Grupo Sinagro desenvolveu o serviço PRUS (Programa de Uso SinAgro), que tem por objetivo garantir a lavoura limpa e produtiva ao cliente, que apenas contrata o serviço e o Grupo Sinagro se responsabiliza pela sua área, com algumas regras.

O cliente de PRUS não precisa se preocupar com qual produto vai usar, em que momento deve usar ou se determinado produto vai estar disponível no mercado. Ao contratar o PRUS, o Grupo Sinagro garante os produtos necessários aplicados no tempo correto, oferecendo ao cliente comodidade, redução de custos, segurança, elevada produtividade e, principalmente, evita gastos adicionais ou com imprevistos na lavoura durante a safra.

## **Empresa de Sementes**

O Grupo Sinagro, no ano de 2013, adquiriu uma empresa de sementes de soja, a Serra Bonita Sementes, localizada na cidade de Formosa-GO. Esta empresa é uma parceria entre Grupo Sinagro, Grupo Fiagril e Boa Safra Sementes.

Nas áreas de atuação (Figura 1) a empresa oferece assistência ao cliente através da área técnica agrônômica, formada por engenheiros agrônomos.

Facilita o acesso dos clientes ao crédito e insumos destinados à produção agrícola e garante o fornecimento de sementes com alto poder de germinação e qualidade, e conseqüentemente, garante o recebimento da sua produção.

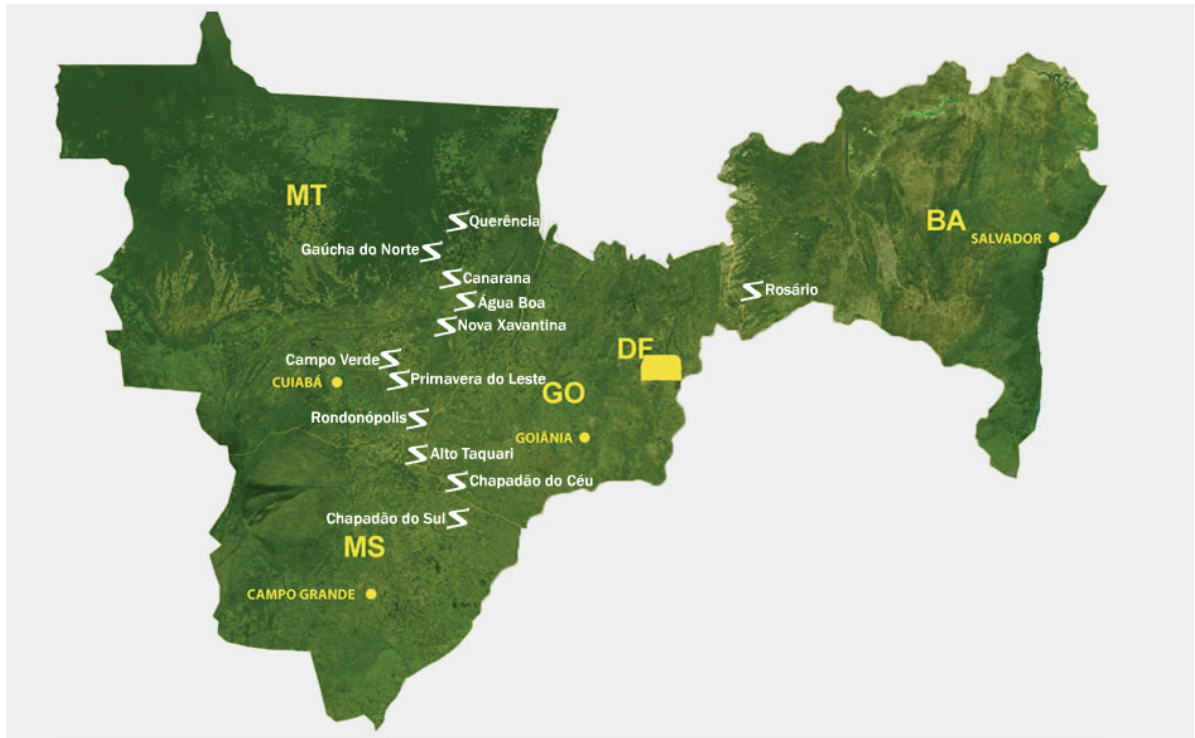


Figura 1. Mapa da área de atuação do Grupo Sinagro.

### 3.2. O ESTUDO

Com o aumento da importância do negócio de sementes na cadeia do agronegócio, os agricultores (clientes) estão se tornando cada vez mais exigentes. Por isso, para buscar aumento na participação do mercado de sementes é necessário conhecer as preferências do agricultor de cada região e traçar um perfil, a partir daí estabelecer as melhores estratégias a serem adotadas, como por exemplo, escolha de fornecedores de alta qualidade ou empresas com melhores preços, capacitação da equipe de vendas, investimento em dia de campo etc.

Dessa forma, realizou-se uma pesquisa de opinião entre produtores tradicionais de soja da região de atuação do Grupo Sinagro, incluindo produtores de Primavera do Leste, Campo Verde, Nova Xavantina, Querência e Canarana. Foram escolhidos aleatoriamente 150 produtores que entrevistados no período de outubro a novembro de 2012, ou seja, no momento da efetivação da semeadura de soja para a safra



2012/2013. Essa entrevista foi realizada, em cada local, por um Engenheiro Agrônomo, responsável pela unidade.

A importância do tema comercialização de semente de soja, os fatores que levam o produtor a definir quais as cultivares que irá semear, e a elaboração dos objetivos desta pesquisa, surgiram a partir dos conhecimentos teóricos adquiridos ao longo do curso de Pós-Graduação em Ciência e Tecnologia de Sementes e das observações e interesses denotados na prática da comercialização das sementes de soja.

Os questionários estratificados percentualmente, nas diversas unidades do Grupo Sinagro, nos municípios de área de ação do estado do Mato Grosso, foram distribuídos na seguinte proporção:

Na determinação do tamanho da amostra considerou-se um percentual de 10% dos associados de cada unidade que cultivam soja, e que responderam os questionários. O processo de tratamento dos dados ocorre pela utilização de planilhas eletrônicas com tabulação simples de todas as questões em percentagem (GIL, 1999).

### 3.3. QUESTIONÁRIO

Foram elaboradas 13 perguntas levando em consideração dois aspectos. O primeiro refere-se a percepção geral do agricultor sobre um determinado tema com respostas sendo “não importante, importante e decisivo e o segundo trata da atuação do Grupo Sinagro sobre o mesmo tema com respostas de “excelente, bom, regular e ruim”.

A seguir as perguntas:

01 – Qualidade das Sementes é importante?

02 – Preço da Semente é importante?

01 – Qualidade das Sementes é importante? (Germinação e Vigor)

( ) Não é importante ( ) É importante ( ) decisivo para compra.

Como você avalia este serviço do Grupo Sinagro:

☐ Excelente ☐ Bom ☐ Regular ☐ Ruim

02 – Preço da Semente é importante?

☐ Não é importante ☐ É importante ☐ decisivo para compra.

Como você avalia este serviço do Grupo Sinagro:

☐ Excelente ☐ Bom ☐ Regular ☐ Ruim

03 – Entregas de sementes posto fazenda?

☐ Não é importante ☐ É importante ☐ decisivo para compra.

Como você avalia este serviço do Grupo Sinagro:

☐ Excelente ☐ Bom ☐ Regular ☐ Ruim

04 – Prazo para o pagamento de semente?

☐ Não é importante ☐ É importante ☐ decisivo para compra.

Como você avalia este serviço do Grupo Sinagro:

☐ Excelente ☐ Bom ☐ Regular ☐ Ruim

05 – Vendas de sementes na relação de troca safra?

☐ Não é importante ☐ É importante ☐ decisivo para compra.

Como você avalia este serviço do Grupo Sinagro:

☐ Excelente ☐ Bom ☐ Regular ☐ Ruim

06 – O fato da semente já vir tratada industrialmente?

☐ Não é importante ☐ É importante ☐ decisivo para compra.

Como você avalia este serviço do Grupo Sinagro:

☐ Excelente ☐ Bom ☐ Regular ☐ Ruim

07 – Disponibilidade de novas variedades/ inovação?

☐ Não é importante ☐ É importante ☐ decisivo para compra.

Como você avalia este serviço do Grupo Sinagro:

☐ Excelente ☐ Bom ☐ Regular ☐ Ruim

08 - Realização de dias de campo?

☐ Não é importante ☐ É importante ☐ decisivo para compra.

Como você avalia este serviço do Grupo Sinagro:

☐ Excelente ☐ Bom ☐ Regular ☐ Ruim

09 –Qualificação dos profissionais que lhe prestam assistência técnica:

☐ Não é importante ☐ É importante ☐ decisivo para compra.

Como você avalia este serviço do Grupo Sinagro:

☐ Excelente ☐ Bom ☐ Regular ☐ Ruim

10 – Reposição de perdas por motivos diversos (vigor, germinação, ajuste de peneira)?

☐ Não é importante ☐ É importante ☐ decisivo para compra.

Como você avalia este serviço do Grupo Sinagro:

☐ Excelente ☐ Bom ☐ Regular ☐ Ruim

11 - Tipo e aparência da embalagem:

☐ Não é importante ☐ É importante ☐ decisivo para compra.

Como você avalia este serviço do Grupo Sinagro:

☐ Excelente ☐ Bom ☐ Regular ☐ Ruim

12 - Responsabilidade ambiental da empresa:

☐ Não é importante ☐ É importante ☐ decisivo para compra.

Como você avalia este serviço do Grupo Sinagro:

☐ Excelente ☐ Bom ☐ Regular ☐ Ruim

13 - O Sr. voltaria a comprar semente do Grupo Sinagro?

☐ Não é importante ☐ É importante ☐ decisivo para compra.

Como você avalia este serviço do Grupo Sinagro:

☐ Excelente ☐ Bom ☐ Regular ☐ Ruim

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Houve 92 respondentes do questionário aplicado aos clientes do Grupo Sinagro cujas respostas, em percentual, encontram-se nas Tabelas 1 e 2.

Tabela 1. Percentual de valor atribuído a um determinado parâmetro dos clientes do Grupo Sinagro.

	Não Importante	Importante	Decisivo
Qualidade de semente	0	65	35
Preço da semente	12	76	12
Prazo de entrega	6	76	18
Prazo de pagamento	12	59	29
Troca-safra (barter)	12	82	6
Tratamento de sementes Industrial	24	71	5
Novas variedades	0	94	6
Dias de campo	0	88	12
Assistência técnica	0	76	24
Reposição	0	82	18
Embalagem	12	76	12
Responsabilidade ambiental	6	88	6
Fidelidade	0	71	29

Em relação à qualidade das sementes, 65% dos clientes afirmaram que era um fator importante na tomada de decisão de comprar a semente e outros 35% mencionaram que era fator decisivo. Estes resultados indicam que o agricultor está ciente de que para o estabelecimento de sua lavoura necessita de sementes de alta qualidade.

Em termos da avaliação dos clientes em relação a qualidade das sementes que o Grupo Sinagro está colocando no mercado, as respostas indicaram que 6% é

excelente, 65% bom e 6% ruim. Em termos gerais, pode-se considerar que a qualidade oferecida está adequada, entretanto há um percentual de clientes (6%) que está insatisfeito, que muitas vezes pode não ser especificamente devido a qualidade da semente.

O preço da semente é outro fator considerado na compra da semente. As respostas indicaram um percentual de 12% como não importante, entretanto outros 12% indicaram que era decisivo no momento de comparar a semente. Relacionado este resultado com a percepção dos preços adotados pela empresa, constata-se que 4% consideram que o preço é excelente e 16% acham que estava alto. O preço da semente é relativo, pois interage com tudo que uma empresa pode oferecer para a condução de uma lavoura, entretanto deve ser considerado com prioridade, pois é o insumo mais importante de um cultivo.

Tabela 2. Percentual de satisfação dos clientes em função dos serviços prestados pelo Grupo Sinagro

Discriminação	Excelente	Bom	Regular	Ruim
Qualidade da semente	6	65	23	6
Preço da semente	4	60	20	16
Prazo de Entrega	6	47	35	12
Prazo pagamento	18	76	6	0
Troca-troca	12	59	29	0
Tratamento sementes	6	53	41	0
Novas variedades	12	71	12	5
Dias de campo	0	82	18	0
Assistência Técnica	35	65	0	0
Reposição	12	35	35	18
Embalagem	0	71	29	0
Responsabilidade ambiental	18	82	0	0
Fidelidade	29	59	12	0

A semeadura tem época certa de ocorrer, e neste sentido a entrega da semente para o agricultor é um importante fator. Neste sentido, 76% consideram um fator importante e outros 18% consideram decisivo. Quanto ao serviço prestado, mais de 50% dos agricultores consideram excelente ou bom, enquanto 12% consideram como ruim. Este último valor merece uma atenção especial para melhoria.

O cultivo requer alta soma de recursos financeiros, que muitas vezes não estão disponíveis no momento certo, assim o prazo para o pagamento da semente deve ser considerado. Neste sentido, 88% dos agricultores consideraram que o prazo era importante ou decisivo para a compra da semente. Felizmente para o grupo Sinagro, mais de 90% dos agricultores consideram como excelente ou bom a política da empresa.

A forma de pagamento da semente pode apresentar várias alternativas em que o sistema de troca-troca apresenta algumas vantagens, pois amarra a compra da semente com a entrega do grão na colheita. Os resultados para este parâmetro mostraram que apenas 6% consideram como uma alternativa decisiva, e a opção da empresa para esta forma de pagamento está excelente ou boa para mais de 70% dos agricultores.

Uma das grandes inovações tecnológicas na área de sementes foi o tratamento industrial que melhora o processo, sendo mais seguro para os operadores e o meio ambiente (PLATZEN, 2010). Entretanto, grande parte dos agricultores ainda não estão convencidos de seu benefício, em que 24% consideram como não importante e apenas 5% como decisivo no momento de comprar a semente. A percepção da qualidade do serviço prestado do tratamento industrial, apresentou 59% como excelente ou bom e nenhum registro como ruim. Estes valores indicam que a empresa está colocando ênfase nesta alternativa que prover o agricultor com uma semente já tratada.

O desempenho de um material está estreitamente relacionado com sua genética e o ambiente e este aspecto os agricultores possui uma clara percepção (SILVA, 1997). Neste sentido, 100% dos agricultores consideram as novas variedades como importante ou decisivo para compra, em que a empresa está fazendo um bom trabalho de introdução de novas cultivares em que mais de 80% dos agricultores consideram excelente ou bom. Boas parcerias com programas de melhoramento são essenciais para alcançar este objetivo (PESKE et al., 2012).

São várias as estratégias para mostrar ao agricultor as características de uma nova cultivar sendo dias de campo uma das melhores em que os agricultores consideram importantes ou decisivos no momento de comprar a semente. Pelos números apresentados no estudo, os dias de campo da empresa são regulares ou bons, podendo ainda ser melhorados.

Cada cultivar possui suas próprias características quanto a época de semeadura, densidade de semeadura, resistência a doenças e insetos, hábito de crescimento entre outras. Neste sentido, os agricultores consideram a assistência técnica como importante ou decisivo para a compra, em que a empresa está fazendo um bom trabalho pois 100% das percepções estavam entre excelente ou bom. Esta é uma ferramenta que faz a diferença no momento de vender a semente.

A germinação e emergência das sementes é uma fase crítica de um cultivo em que pode ocorrer problemas de falhas ou baixa densidade de semeadura. Estes problemas podem ser da própria semente ou de condições ambientais como chuva, alta profundidade, ou tamanho de semente. Neste caso a atuação da empresa deve ser rápida com os devidos ajustes e possível reposição das sementes. Este procedimento de ajuste é considerado decisivo para 18% dos agricultores em que a empresa apresenta uma excelente estratégia para 12% dos que compram a semente.

As sementes são transportadas em embalagem que possui registrada nela uma série de informações sobre a semente em si como também de quem a produziu. Os agricultores consideram em uma ordem de 12% como algo decisivo, entretanto há outro percentual de 12% que consideram não importante a embalagem das sementes. Isto faz sentido, pois, há agricultores que cultivam grandes áreas e usam como embalagem Big Bag que ajuda no processo de logística do produtor de sementes até o local de semeadura. Para aqueles que consideram a embalagem importante há mais de 70% daqueles que consideram a embalagem do Grupo Sinagro como boa.

É importante produzir mais mantendo o meio ambiente e para isso é essencial adotar uma série de procedimentos que os agricultores consideram excelente ou bom pela empresa. A preservação do ambiente também se obtém com educação.

A semente é essencial para implantação de uma lavoura que deve ser da variedade adequada, ter alta qualidade e estar no local certo na hora certa. Neste



sentido, 29% dos agricultores consideram a fidelidade com o fornecedor da semente como fator decisivo. Parece que isto é considerado pelo Grupo Sinagro em que 88% dos agricultores registram como excelente ou bom as estratégias da empresa em relação ao comércio de sementes.

O mercado de sementes está passando por uma transformação em que empresas investem grandes somas tanto na compra de sementeiras, germoplasma, quanto no investimento em pesquisa. Da mesma forma, empresas distribuidoras, para se manterem no mercado, vão precisar investir em profissionais especializados em sementes, fortalecer parcerias com empresas de sementes, com obtentores e com aquelas empresas que investem em biotecnologia. Empresas que são líderes de mercado hoje e que não pretendem investir neste segmento, estão fadadas a perder sua liderança e market share. O Grupo Sinagro, visando essa realidade, está cada vez mais investindo no segmento de sementes, capacitando de seus funcionários e estruturando o departamento de sementes. No ano de 2013 fez um investimento milionário adquirindo uma empresa produtora de sementes de soja, milho e feijão, a Serra Bonita Sementes, localizada na cidade de Formosa-GO. Esta empresa é uma parceria entre Grupo Sinagro, Grupo Fiagril e Boa Safra Sementes. Esse investimento serve para evidenciar o Grupo Sinagro como empresa de integração de produtos e serviços para a agropecuária.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O agricultor considera um fator decisivo no momento de adquirir semente a qualidade, o prazo de pagamento, a assistência técnica oferecida e a possível fidelidade de oferta na região de abrangência do Grupo Sinagro.

A empresa Grupo Sinagro possui sua fortaleza na comercialização das sementes pela adoção de um sistema de prazo de pagamento, manutenção da fidelidade, respeito ao ambiente e o barter.

A empresa Grupo Sinagro pode melhorar a forma de atuação junto ao agricultor realizando melhorias nos dias de campo, tipo de embalagem e no prazo de entrega da semente.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

EMBRAPA, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **Tecnologias de Produção de Soja** - Região Central do Brasil, 2004.

EMBRAPA, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. Tecnologias de Produção de Soja. **Circular Técnica 55**. A semente de Soja como tecnologia e base para altas produtividades – série sementes. Londrina –PR Abril/2008.

EMBRAPA, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. Tecnologias de Produção de Soja. **Circular Técnica 40**. Tecnologia da Produção de Sementes de Soja de Alta qualidade – série sementes. Londrina – PR. Março/2007.

FRANÇA-NETO, J.B. e KRYZANOSKI, F.C. Plantas de alto desempenho e produtividade de soja. **Revista SEEDNews**, v.6, p.08-11, 2012.

GOODMAN, David et al. **Da lavoura às biotecnologias**. Agricultura e indústria no sistema internacional. Rio de Janeiro: Campus, 1990.

HAMPTON, J. O que é qualidade de sementes? **Revista SEEDNews**, v.5, p.22-26, 2001.

HOBBELINK, Henk. Introdução: sobre a esperança e a promessa. In: **Biotecnologia, muito além da revolução verde**. Desafio ou desastre? Porto Alegre: Riocel, 1987.

HUGO, W. Políticas públicas em sementes. **Revista SEEDNews**, v.16, n.6, p.22-26, 2012.

MARTINS, L.S. Biotecnologia e agricultura no Brasil contemporâneo. **Revista da UFG**, v.7, n.1, junho 2004, on line (www.proec.ufg.br).

PESKE, S.T.; BARROS, A.C.S.A; SCHUCH, L.O.B. Produção de sementes. In: **Sementes: fundamentos científicos e tecnológicos**, 2012, 573p.

PLATZEN, H. Formulação para tratamento de sementes. **Revista SEEDNews**, v.2, p.22-26, 2010.

RESENDE, P.M. de; MACHADO, J.D.C.; GRIS, C.F.; GOMES, L.L.; BOTREL, E.P. Efeito de semeadura a seco e tratamento de sementes na emergência, rendimento de grãos e outras características de soja (Glycine Max (L.) Merril. **Revista Ciência e Agrotecnologia**, Lavras, v.27, n.1, p.76-83, 2003.

SILVA, A.E.L. Semente recomendada. **Revista SEEDNews**, v.Zero ,10, 1997.

www.conab.gov.br CONAB. Companhia Nacional de Abastecimento. Acompanhamento

da safra brasileira de grãos. Sexto Levantamento. Observatório agrícola. Março/2014. Acesso no site dia 12/04/2014.

[www.exame.abril.com.br](http://www.exame.abril.com.br) **PIB do agronegócio do Brasil deve crescer 4% em 2014. 11/02/2014.**

[www.agricultura.pr.gov](http://www.agricultura.pr.gov) Soja – Análise da conjuntura Agropecuária. Departamento de Economia Rural. Secretária de Estado da Agricultura e do Abastecimento. Outubro 2012.

[www.agronoticias.com.br](http://www.agronoticias.com.br). **China libera soja Intacta**; MT também plantará e deve ser mais rentável. 10/06/2013 08:10 13/11/2013.

[www.intactarr2pro.com.br](http://www.intactarr2pro.com.br). Intacta RR2Pro. Uma tecnologia revolucionária que está mudando o jeito de cultivar soja no Brasil. Monsanto do Brasil. 2014